

Mediální klub

krok za krokem

Metodika pro školní redakce



EVROPSKÁ UNIE
Evropské strukturální a investiční fondy
OP Praha – pól růstu ČR



OBSAH

| | |
|--|-----------|
| Úvodem | 3 |
| 1. Public relations školy neboli vztahy školy s okolím a veřejností | 4 |
| 1.1 Web školy | 4 |
| 1.2 Sociální síť | 5 |
| 1.3 Klíčové kompetence | 5 |
| 2. Školní média a jejich význam | 6 |
| 2.1 Formy školních médií | 6 |
| 2.2 Založení školních médií | 7 |
| 2.3 Nábor členů a členek redakce | 7 |
| 2.4 Technické zabezpečení | 8 |
| Praktický vstup: Jak se školní média uplatnila u nás | 9 |
| 3. Fungování redakce | 10 |
| 3.1 Práce s mezitřídním kolektivem | 10 |
| 3.2 Čemu se věnovat, jaká témata pokrývat | 10 |
| 3.3 Gender v jazyce médií | 12 |
| 3.4 Práce s informacemi | 12 |
| Praktický vstup: Jak pracuje Mediální klub | 13 |
| 4. Žánry | 15 |
| 4.1 Školní časopis, webový magazín | 15 |
| Praktický vstup: Lyčkopis na ZŠ Lyčkovo náměstí | 16 |
| 4.2 Školní rádio | 16 |
| Praktický vstup: Školní rádio na ZŠ Lyčkovo náměstí | 18 |
| 4.3 Školní televize | 18 |
| Praktický vstup: Reflegs TV na ZŠ Lyčkovo náměstí | 22 |
| 4.4 Fotodokumentace | 23 |
| 5. Zpětná vazba | 24 |
| Praktický vstup: (Jak) hodnotíme v redakci na ZŠ Lyčkovo náměstí? | 24 |
| 6. Jak je možné se zapojit, kde načerpat inspiraci | 25 |
| Zdroje | 27 |
| Přílohy | 28 |

ÚVODEM

Přemýšlíte nad tím, jak na vaší škole uchopit mediální výchovu? Případně jak uchopit komunikaci školy a zapojit do ní žáky a žákyně? Zakládáte školní časopis, televizi či rádio? Přinášíme ucelený návod, jak založit, vést a úspěšně rozvíjet školní redakci. Na Smysluplné škole (dále jako ZŠ Lyčkovo náměstí) v pražském Karlíně jsme stávající redakci založili už před více než 10 lety. Nejdříve vznikl tištěný časopis, později se přidala i televize. Následně se školní média stala součástí webových stránek školy, nakonec se přidalo i školní rádio. Od roku 2017 si říkáme Mediální klub.

Tato metodika se zabývá nejen různými formami školních médií, ale také konkrétních žánrů, kterým se věnujeme. Zmiňujeme význam médií pro školní PR a také naše poznatky k fungování školní redakce. Věříme, že tato publikace pro vás bude přínosnou a inspirativní.

– Matouš Ettler a Michaela Smolařová, vedení Mediálního klubu

V roce 2020 jsme začali na ZŠ Lyčkovo náměstí realizovat projekt na podporu demokratické kultury na škole. Mediální klub se stal jednou z aktivit, kterou jsme mohli podpořit, a to ať už z hlediska vybavení, nebo třeba tím, že jsme pro členy a členky zařídili různé kurzy, které vedly ke zdokonalení jejich práce ještě nad rámec pravidelného scházení. Měli jsme tak příležitost vstoupit do chodu něčeho, co už fungovalo, fungovalo vlastně docela dobře. Říkali jsme si: „Co tady chceme zlepšovat?“. Někdy ale impulz zvenčí může zefektivnit chod, trochu tlačit na pilu a tím rychleji uvést do praxe něco, co zatím bylo jen v hlavách vedení Mediálního klubu. Hodně jsme se bavili o komunikaci mezi třídami a Mediálním klubem, o tom, jakou roli vlastně klub plní, co je cílem. Je jím informovat o dění ve škole nebo má i větší ambice? Také jsme se ptali, jak přemýšlí děti, co chtějí dělat, jak pracují, jestli je do aktivit nutit nebo to nechat víc na nich? Všechny tyto debaty vedly k ucelené představě, jak by vlastně takový Mediální klub mohl fungovat, co je jeho smyslem, cílem. A od toho už byl jen krůček k tomu si říct, že je vlastně škoda, aby tyto úvahy, a hlavně výsledné poznatky z oněch debat, zůstaly jen na jedné škole. Pokud přemýšlíte, že by bylo hezké mít na škole nějaké školní médium, máte ho, ale nevíte, na co se zaměřit a jak s tím pohnout nebo nevíte, jak do něj nalákat redaktory a redaktorky, budeme rádi, když nahlédnete do této publikace. Chtěli jsme vytvořit ucelený text o školních médiích a jejich významu s praktickým přesahem do naší konkrétní zkušenosti na ZŠ Lyčkovo náměstí. Ptali jsme se sami sebe, co by nám pomohlo vědět, když jsme něco takového na škole zakládali, jaké procesy by šlo zkrátit, vynechat, jaké naopak nevynechat, na co si dát pozor. Doufáme, že se vám naše publikace bude líbit a pokud alespoň trochu pomůže na vaší cestě, budeme nesmírně rádi.

– Markéta Štěpánová a Lucie Viktorinová, Gender Studies, o.p.s.

1. PUBLIC RELATIONS ŠKOLY NEBOLI VZTAHY ŠKOLY S OKOLÍM A VEŘEJNOSTÍ

Komunikace školy, ať už směrem dovnitř či navenek, se často podceňuje. Škola různými formami komunikuje s uchazeči a uchazečkami, se svými žáky a žákyněmi, jejich rodiči i širokou veřejností. Zároveň také se svými zaměstnanci a zaměstnankyněmi. V širším okolí školy (např. spádové oblasti) bývá škola známá a zároveň vnímaná jako aktér veřejného dění. Metody public relations (dále jen PR) ještě donedávna bývaly školami v podstatě nevyužívané. Situace se změnila s nárůstem konkurence, rozvojem digitálních technologií a potřebou intenzivněji komunikovat nejen s žactvem a rodiči. Cíle využívání prostředků PR ve školství jsou především:

- získávání nových žáků a žákyň, studentů a studentek,
- budování důvěry u veřejnosti,
- získávání nových partnerů a podpory ze strany veřejnosti (Báča a Báčová, 2011).

Kdo je pomyslným **subjektem PR**, tedy tím, kdo tyto činnosti vykonává? Je třeba pamatovat na to, že se na obrazu školy podílejí všichni její zaměstnanci a zaměstnankyně svou každodenní činností. Jinak se o PR školy stará nejčastěji její vedení či jiný pověřený pracovník či pracovnice, např. někdo z vyučujících nad rámec svého běžného úvazku.

Jak bylo zmíněno, škola komunikuje navenek i dovnitř. **Objektem PR** je tedy veřejnost, rodiče, instituce, sponzoři a nesmíme opomenout také zřizovatele. Současně jsou jím ti, kteří se v prostředí školy každodenně pohybují, tedy žáci a žákyně, vyučující a další pracovníci. A samozřejmě potenciální zájemci a zájemkyně o studium.

1.1 WEB ŠKOLY

Pomyslnou výkladní skříní školy (respektive jednou z nich) jsou zcela určitě školní webové stránky. Na nich školy prezentují informace o sobě, svých aktivitách, personálním zázemí, chodu školy a aktuálním dění (Báča a Báčová, 2011). Kromě veřejně přístupné webové prezentace často bývají také dostupné online různé služby pro žáky a žákyně a zaměstnance a zaměstnankyně (např. průběžná klasifikace, suplování, rozvrhy, elektronická žákovská knížka). Střední školy věnují také velkou pozornost informacím, které se týkají přijímacího řízení. Obecně se klade důraz na prezentaci úspěchů školy, resp. žáků a žákyň například v různých soutěžích.

Stránky školy ovšem vyžadují přehlednou strukturu, pravidelnou aktualizaci, měly by také splňovat pravidla týkající se přístupnosti a podobně. Ne vždy se to bohužel daří, weby často bývají nepřehledné, graficky zastaralé či neaktualizované (srov. Báča a Báčová, 2011 a tematická zpráva ČŠI, 2017).

Vraťme se ale ke zveřejňování aktivit, úspěchů a aktualit. Je mnoho způsobů, jak se může škola prezentovat, každopádně obsah tohoto typu by na webových stránkách školy rozhodně neměl chybět. Rodiče i další návštěvníci či návštěvnice web poměrně často využívají, když hledají informace organizačního rázu. Rozhodně ocení, když nebude web jen pomyslným rozcestníkem, ale i pravidelně aktualizovanou platformou se zajímavým obsahem.

1.2 SOCIÁLNÍ SÍŤ

Sociální sítě jsou mocným nástrojem, který může pomoci školám oslovit potenciální uchazeče či uchazečky, komunikovat s žáky, žákyněmi a rodiči nebo přispět k vybudování „značky“. Je ovšem třeba je využívat efektivně.

Nejčastěji jsou školy přítomné na Facebooku. Výhodou sociální sítě je mimo jiné to, že se nejedná pouze o jednostranný informační kanál. Komunikace by podobně jako na webu měla být otevřená, pravidelná a tematicky pestrá. Je vhodné tento kanál používat i proto, že informace se zde šíří zpravidla rychleji než přes webové stránky. Dále školy mohou mít založený účet také na Instagramu, případně na YouTube (viz níže kapitola 4. 3 Školní televize).

1.3 KLÍČOVÉ KOMPETENCE

Proč je pro školu důležité mít vztah s veřejností a jak toho docílit? Z klasických médií mohou školy využívat tisk, televizi i rozhlas k informování o své činnosti, aktivitách (zejména těch týkajících se veřejnosti), o úspěších žactva nebo oslovování nových uchazečů či uchazeček. Média mohou být velkým přínosem, ale současně mohou působit i negativně. Je tedy přirozené, že se školy snaží vytvářet co nejlepší vztahy s médii (Báča a Báčová, 2011).

Přístup k tzv. media relations může být buďto aktivní (nabízení témat) nebo pasivní (kdy média sama nalézají vhodná témata). Logicky je pro školy vhodné spolupracovat především s regionálními médii, například radničními listy. Pokud je zřizovatelem školy obec či kraj, je dobré udržovat i tuto formu kontaktu a komunikovat směrem k veřejnosti aktuality ze školy.

2. ŠKOLNÍ MÉDIA A JEJICH VÝZNAM

Školní média mají hned několik aspektů. V prvé řadě dávají možnost členům a členkám dané školní redakce podílet se na jejich tvorbě a zapojit je tak ještě více do života školy. Žáci a žákyně se mohou touto cestou naučit základům novinářské práce a rozvíjet se v řadě dovedností podrobněji popsanych níže. Zároveň školní média představují atraktivní praktickou formu, jak realizovat výuku průřezového tématu mediální výchova.

Pochopitelně záleží na zaměření školních médií. Mohou plnit funkci zábavnou a také být nositeli informací pro čtenáře a čtenářky, diváky a divačky, posluchače a posluchačky. I v případě školních médií platí, že nejde jen o interní kanál, ale často nalézají své publikum také mezi rodiči, absolventy či absolventkami a širokou veřejností.

2.1 FORMY ŠKOLNÍCH MÉDIÍ

Školní média mohou působit hned v několika formách, samostatně nebo se vzájemně doplňovat. Nejčastějším typem média, který škola vydává, bývají tradičně školní časopisy (viz tematické šetření ČŠI, 2018). Pokročilejší a technologicky náročnější bývá forma školního rádia či televize. Roste podíl škol, které do své činnosti zařazují i tyto aktivity. Každá z těchto oblastí má svá specifika.

ŠKOLNÍ ČASOPIS

Zpravidla vykazuje nejvyšší míru souladu s charakteristikami profesionálních médií – redakční rada, ediční plán, tematické rubriky. Vycházet může (ne)pravidelně například jako tištěné periodikum, stále častěji ale také v online formě například na webových stránkách, ať už jde o formu PDF či blog nebo webový magazín. Školní noviny či časopis vyžadují také dodržování přesných termínů, například uzávěrky, s ohledem na zpracování jednotlivých vydání a případný tisk.

ŠKOLNÍ RÁDIO

Může fungovat hned v několika variantách. Buďto v pravidelných relacích nebo v podobě jednotlivých příspěvků. Bývají publikovány na některé z online platform, využít lze například Soundcloud, Spotify, Apple Podcasts, Google Podcasts a další. Svěbytnou formou jsou pak podcasty, nebo lze využít školní rozhlas a vysílat přímo ve škole do reproduktorů v jednotlivých učebnách.

ŠKOLNÍ TELEVIZE

Obliba audiovizuálního obsahu stále roste, což potvrzuje i fakt, že školních televizí v ČR v poslední době přibývá. Řada škol publikuje např. na YouTube záznamy z různých školních akcí, na některých školách

však sami žáci a žákyně připravují televizní relace nebo samostatně publikují jednotlivá videa. Zatímco před několika lety bylo pro natočení videa zapotřebí profesionální techniky, dnes lze jednoduchou reportáž pořídit i chytrým telefonem (Bešťák, 2018a).

2.2 ZALOŽENÍ ŠKOLNÍCH MÉDIÍ

Před založením školní redakce je třeba si stanovit, pro jaké publikum chceme obsah vytvářet, jaké bude složení redakce a především jakým typem média se chceme zabývat. Prvním krokem bývá nejčastěji založení kroužku, který je otevřen zájemcům a zájemkyním napříč jednotlivými třídami. Je také možné vydat se cestou volitelného předmětu nebo využít hodin mediální výchovy, je-li ve škole vyučována samostatně. Pochopitelně bude potřeba se ještě předtím setkat s vedením školy. Je vhodné si připravit základní argumenty a případné požadavky, pokud nějaké máte (například potřebujete zajistit základní techniku). A pak už se můžete pustit do skládání týmu.

2.3 NÁBOR ČLENŮ A ČLENEK REDAKCE

Nápad založit školní média na mnoha školách vzešel od samotných žáků a žákyň. Redakci by nicméně měl či měla vždy zaštiťovat vyučující, jež bude mít nad projektem záštitu. Může tvořit spojku mezi redakcí a ostatními vyučujícími, respektive vedením. Zároveň zajišťuje určitou kontinuitu, protože složení redakce se obměňuje, redaktori a redaktorky přicházejí a odcházejí (Bešťák, 2018a).

Staň se součástí
MEDIÁLNÍHO KLUBU

Baví tě natáčet? Co třeba pro školní televizi? Bavi tě psát?
Co třeba pro školní časopis? Rád(a) a hodně povidáš? Co
třeba pro nové školní rádio?

LYČKOPIS

Novinky ze školy i spoustu dalších zajímavých článků si budeš moci nově přečíst na **webu**. Chceš být součástí týmu, který bude nový Lyčkopis tvořit? Naučíme tě **fotit, psát články** a ani ilustrátoři se mezi námi neztratí.

Reflegs TV

Se školní televizí se podiváš tam, kam se jen tak někdo nepodívá. Vytvoříme různé **reportáže** a aktualizujeme dokument o škole. Dostaneš se k **zajímavé technice** a my tě s ní naučíme pracovat!

ŠKOLNÍ RÁDIO

Postupně zkusíme založit i jedno z prvních školních rádií v ČR. Co tam budeme dělat? Vytvoříme **rozhlasový pořad** a naučíme se **mluvit** tak, aby nám bylo rozumět.

PŘIJĚ NA PRVNÍ SCHŮZKU!

14. února nebo 16. února
od 15:30 hod. | od 16:20 hod.
v knihovně (přízemí školy)

Více informací na www.lyckopis.cz
nebo na media@zs-ln.cz

Při skládání redakčního týmu je vhodné oslovit všechny žáky a žákyně, kteří by mohli mít zájem stát se jeho součástí. Například formou náborové akce ve třídách, kdy je možné hned na místě zjistit zájem dětí. Případně formou kampaně, kterou například při pozdějším doplňování redakce mohou připravit stávající členové a členky (viz náborový leták). V případě velkého zájmu je možné uspořádat konkurz. Při náboru do redakce je třeba pamatovat na nebezpečí stereotypů, kvůli kterým byste se mohli připravit o děti s reálným zájmem o různé redakční profese jen kvůli tomu, že jednotlivé práce v redakci bývají připisovány spíše chlapcům nebo spíše dívkám. Odlišné životní zkušenosti dětí na základě jejich genderu mohou být pro celek obohacující a mohou do redakce přinést nové návrhy na styl i obsah

redakční práce. Z vlastní zkušenosti například dobře víme, že práce s technikou v rámci redakce není v žádném případě pouze pro kluky. Baví také holky. Naopak moderování a obecně vystupování před kamerou zase není jen doménou holek, i kluci se v této oblasti rádi realizují. Dávejte příležitost všem! Takový přístup bude děti bavit a pro celou redakci bude obsahovým přínosem.

Důraz by měl být kladen především na spolehlivost, kreativitu a pohotovost jednotlivých členů a členek. Zároveň také schopnost pracovat jak samostatně, tak v rámci týmu. A v neposlední řadě je důležitá zvědavost. Všem dovednostem se samozřejmě dá naučit. Často se v redakci sejdou děti, které těší například být před kamerou a zároveň děti, které jsou naopak velmi stydlivé a rády zůstanou v pozadí. V redakci se mohou věnovat i aktivitám, které nevyžadují „tolik odvahy“. Záleží na vzájemné domluvě a rozdělení rolí v týmu.

Příloha č. 1: Náborový leták

2.4 TECHNICKÉ ZABEZPEČENÍ

Techniky nejspíš nebudete potřebovat tolik, kolik si možná myslíte. Bude se ale rozhodně hodit, když alespoň základní technické vybavení budete mít k dispozici a nebudete muset používat vlastní. Zkuste se domluvit na podpoře s vedením školy nebo například se sdružením rodičů. Jakou techniku konkrétně využijete, záleží na tom, čemu se budete věnovat.

ZÁKLADNÍ CHECKLIST

Školní časopis

- technické vybavení nebudete potřebovat téměř žádné
- hodit se může diktafon
- pokud budete časopis tisknout a vázat, možná využijete sešivačku s dlouhým ramenem
- software: můžete využít redakční systém (zdarma dostupný např. WordPress pro weby nebo School Press Club)

Školní rádio

- diktafon nebo přenosný rekordér zvuku
- mikrofony (do ruky, klopové)
- sluchátka
- paměťové karty, brašny apod.
- stříhový software (např. Adobe Audition, Soundforge, Audacity...)

Školní televize

- kamera/kamery (stačí pro domácí použití)
- stativ (ideálně s videohlavou)
- mikrofony (do ruky, klopové)
- sluchátka
- hodit se může přenosné světlo
- paměťové karty, brašny apod.
- stříhový software (např. Davinci Resolve, Adobe Premiere Pro, iMovie, Sony Vegas Pro...)

Obecně platí, že velmi často lze nahrávací techniku alespoň částečně nahradit také mobilními telefony.

PRAKTICKÝ VSTUP: JAK SE ŠKOLNÍ MÉDIA UPLATNILA U NÁS

Školní média na ZŠ Lyčkovo náměstí jsou kombinací všech tří výše zmíněných oblastí. Vznikala postupně, z tištěného časopisu se postupem času stal webový magazín, vznikla školní televize a o několik let později i školní rádio. Od školního roku 2016/2017 funguje společná redakce pod názvem Mediální klub. Ten se postupně stal součástí života školy, na [školních webových stránkách](#) dostávají prostor jednotlivé články, fotogalerie, rozhovory, reportáže a další obsah připravovaný přímo dětmi.

„Pro kombinaci těchto tří variant jsme se rozhodli především proto, že nás zajímala i oblast audiovizuální tvorby a díky zkušenostem z televizního a rozhlasového prostředí jsme si Mediální klub vytvořili tak trochu na míru našim zájmům i zájmům školy. Audiovizuální formu považujeme oproti té čistě jen psané za atraktivnější, a to jak pro redaktory a redaktorky, tak samozřejmě i diváky a diváčky, posluchačky a posluchače. A proč jedna společná redakce? Každý se může věnovat tomu, co ho baví a vyzkoušet si toho co nejvíc.“

– **Michaela Smolařová**, spoluvedoucí Mediálního klubu ZŠ Lyčkovo náměstí

3. FUNGOVÁNÍ REDAKCE

Aby redakce fungovala a příspěvky mohly pravidelně vycházet, je třeba se také pravidelně setkávat na redakčních poradách. Ideálně na týdenní bázi. Náplní těchto organizačních schůzek bývá především společné plánování toho, co a jakým způsobem se zpracuje a kdo se na čem bude podílet. Je skvělé, když se podaří najít prostor, kde se budete scházet – nebo si rovnou v některé z místností ve škole vybudujete vlastní „newsroom“.

3.1 PRÁCE S MEZITŘÍDNÍM KOLEKTIVEM

Složení redakčního týmu pochopitelně ovlivňuje aktivitu redakce i způsob práce s kolektivem. Pokud jej tvoří pouze žáci a žákyně z jedné třídy, v týmu se potkají různě staré děti z různých tříd. Má to hned několik výhod: můžete pokrýt více z dění v jednotlivých třídách, zároveň pak školní média budou podporovat mezitřídní spolupráci. Zůstávají děti v redakci několik let či po celý zbytek své školní docházky? Přicházejí každý rok noví členové a nové členky? I na to je třeba myslet, jak už bylo zmíněno, protože některé děti v redakci pak budou zkušené více a některé méně. Noví redaktoři a nové redaktorky se však mohou učit od těch zkušenějších a mohou navzájem spolupracovat.

3.2 ČEMU SE VĚNOVAT, JAKÁ TÉMATA POKRÝVAT

Základem novinářiny je touha po poznání. To platí i ve školním prostředí. Jak už bylo řečeno v předešlé kapitole, základní novinářskou vlastností je zvědavost a touha se dozvědět něco nového. Děti se mohou věnovat celé řadě témat, záleží pochopitelně na tematickém zaměření školních médií. Ovšem není vždy jednoduché zvolené téma dobře uchopit a je tak potřeba se učit na témata nahlížet tím správným způsobem.

Každý redaktor či redaktorka se zaměří na něco jiného. To je běžné i v profesionálních redakcích. Ve školních médiích samozřejmě záleží na velikosti redakce, aktivitě jednotlivých členů a členek a také na organizačních podmínkách, například v souvislosti s vyučováním. Někdy rozhoduje čas, ne vždy mohou být redaktor či redaktorka přímo na místě (tedy pokrýt například školní akci z účastnického pohledu). Jindy rozhodují zájmy a koníčky redaktorů a redaktorek nebo vlastní zkušenost. Pro začátek doporučujeme nechat děti vybrat si takové téma, které je jim blízké. Ať už z hlediska toho, že je zajímavá nebo například proto, že dotyčného respondenta či respondentku dobře znají.

Nezapomínejte, že média (včetně těch školních) mají moc utvářet společenskou náladu a určovat, co je a co naopak není důležité. Je proto třeba aktivně myslet na to, jak s takovou mocí zacházet a za ní zodpovídat. K tomu patří i rozvahy o výběru oblastí a témat, která budete pokrývat. Snažte se být co možná nejinkluzivnější. Nezavrhujte nápady na témata hned v začátku a nechte děti, ať své úvahy kolem nich rozvinou. Naše zkušenosti a to, jakýma očima se na věci kolem sebe díváme, hraje roli

v tom, co se stává důležité a pro koho. Reflektujte a podporujte proto cíleně různorodé zkušenosti a návrhy dětí, čemu se ve školních médiích věnovat, bez ohledu na jejich věk, gender apod.

PŘÍKLADY TÉMAT, KTERÁ JE MOŽNÉ POKRÝVAT

Školní akce (témata závislá na konkrétním čase):

- zajímavé exkurze se třídou
- školní projekty
- akce školní družiny, školního klubu
- zájezdy, výlety
- školy v přírodě
- soutěže, úspěchy žáků a žákyň

Školní prostředí (témata, která obvykle nejsou závislá na konkrétním čase):

- rozhovory s vyučujícími, jejich medailonky
- rozhovory se (spolu)žáky a (spolu)žačkami
- jednotlivé školské profese, jak vypadá jejich den (učitel či učitelka, ředitel či ředitelka, školník či školnice, atd.)
- zájmové kroužky

Vlastní témata:

- téma, které děti baví, čemu se věnují (zájmové kroužky, hudba, historie, sport, literatura, influenceri, místa, tipy na výlety...)

Stejně jako ve velkých médiích, také ve škole jsou období roku, která jsou nabitá nejrůznějšími akcemi a také období, pro které se vžilo označení okurková sezóna. Typicky pestrým a „mediálně zajímavým“ je předvánoční období nebo červen před koncem školního roku. V měsících, které nejsou tak nabité akcemi, se můžete zaměřit na výše zmíněná témata nezávislá na konkrétním čase, například přinést rozhovory s různými respondenty a respondentkami nebo jiné zajímavosti.

„Když skončí prázdniny a začne škola, má smysl se ptát spolužáků a spolužaček, kde například byli. Nebo můžete ve škole udělat anketu, kdo byl nejdál. Anebo, aby to nebylo líto těm, kteří nikde nebyli, tak můžete udělat anketu: nejzajímavější zážitek o prázdninách. Protože ten nejzajímavější zážitek můžete často prožít na plácku někde doma nebo na vesnici. Vůbec nemusíte jet na konec světa. Myslím si, že existuje spousta příležitostí, o čem psát. Pokud třeba potkáte nějakého

zajímavého člověka nebo budete dělat nějakou zajímavou činnost, tak vždycky to má smysl popsat. Pořád je dobré se o něco zajímat.“

– **Radek Bartoníček**, novinář, redaktor Aktuálně.cz

3.3 GENDER V JAZYCE MÉDIÍ

Stejně tak můžete být aktivní v dalších oblastech, která s médií souvisí a skrze ně nastavovat alternativní a současně funkční společenské rámce odpovídající aktuálním potřebám jak dětí a rodičů, tak společnosti. Významnou oblastí je například práce s jazykem využívaným v mediálních sděleních. Vypovídá totiž o samotné organizaci, která je produkuje. Ať už tvoříme jakákoliv mediální sdělení, je na místě promýšlet jejich pragmatické účinky. Přírozenou součástí projevu je rovné jazykové pojednávání dívek a chlapců, žen a mužů. Genderově citlivý přístup k mediálním sdělením, ať už jde o jejich mluvenou, textovou či obrazovou část, vám pomůže učinit je nejen adresnější a vstřícnější, ale umocní také jejich informativnost a komplexnost (Valdrová, 2020). Informace k práci s genderově citlivým jazykem můžete načerpat například v příručce [Kultura genderově vyváženého vyjadřování](#). Obecně se však doporučuje:

- omezit využívání tzv. generického maskulina (všimněte si např. využívání obou rodů v celém textu této metodiky);
- v obrazových materiálech a sděleních rovnoměrně zobrazovat dívky a chlapce, ženy a muže;
- dbát na to, aby mediální sdělení sama neprodukovala genderové stereotypy.

3.4 PRÁCE S INFORMACEMI

Jakým způsobem téma zpracovat? Ať už si vyberete rozhovor, zprávu, reportáž či jiný žánr, je třeba absolvovat řádnou přípravu, vytvořit si rešerši:

- Co všechno už o daném tématu víme? (Informace si případně nastudovat.)
- Na co se potřebujeme zeptat? (Co potřebujeme zjistit, jaké informace nám chybí, co potřebujeme ověřit?)
- Kdo nám o tématu řekne víc? (Koho se zeptáme?)

Je vhodné si napsat stručné poznámky nebo rovnou osnovu. Dále si promysleme žánr. Chceme o tématu psát? Máme dost podkladů a zkušeností na tvorbu audiovizuální reportáže? Není jednodušší téma zpracovat například formou rozhovoru? Každý žánr má svá specifika, která přiblížíme více v následujících kapitolách.

Základní novinářské otázky: Co? Kde? Kdy? Kdo? Jak? Proč?

Je skvělé, když můžete někoho ocitovat, doložit své tvrzení něčím, co vám řekl někdo z vyučujících, žáků a žákyň nebo někdo jiný z aktérů či akterek. Zpráva pak působí mnohem důvěryhodněji.

Příloha č. 2: Jak na reportáž ze školy v přírodě (pracovní list)

PRAKTICKÝ VSTUP: JAK PRACUJE MEDIÁLNÍ KLUB

Mediální klub na ZŠ Lyčkovo náměstí je složen z dětí různých věkových kategorií (3. - 9. ročník). Do redakce každý rok přicházejí noví členové a členky, proto je kladen důraz na jejich začlenění do týmu a na to, aby se naučili potřebné základy. Zpočátku se zapojují tak, že schůzkám přihlížejí, spolupracují se zkušenějšími spolužáky a spolužačkami a snaží se co nejvíc informací načerpat i při individuálních setkáních a samostatné práci na tématech. Mediální klub vedou dva lektori, ti si práci s dětmi podle potřeby rozdělí a jsou tak schopni se odlišným potřebám jednotlivých dětí lépe přizpůsobit.

Celá redakce se setkává pravidelně jednou týdně, funguje formou nepovinného předmětu, který je otevřen každému, kdo má zájem. Kromě organizace práce jsou tyto schůzky využívány i pro trénink dovedností spojených s jednotlivými mediálními žánry. Z naší zkušenosti se děti nejlépe učí přímo tzv. v akci, kdy se daná akce/situace reálně odehrává, natáčí nebo nějakým způsobem zaznamenává. Ovšem nelze tvořit bez jakýchkoliv znalostí a tak se snažíme, když nám to časové možnosti dovolí, cvičit a podstatnou část společných setkání věnovat přípravě.

Přehled praktických činností a dovedností, kterými se zabýváme:

- Fotografování a tvorba popisků k fotografiím.
- Práce s textem (tvorba titulku, perexu, zprávy, článku).
- Práce s hlasem a čtení textu (mluvní cvičení, tvorba a namlouvání průvodního slova k rozhlasovými či televizním reportážím).
- Základy rozhlasové činnosti (tvorba podcastů, anket, rozhovorů, reportáží a dokumentů).
- Práce s kamerou (kompozice obrazu, ilustrační záběry, pohyb kamery apod.).
- Vystupování před kamerou (stand-upy).
- Rozhovory s respondenty a respondentkami (příprava otázek, natáčení rozhovoru, následné zpracování).
- Tvorba scénářů (k televizním či rozhlasovým reportážím).
- Střih videa či zvuku (základní úpravy, práce ve stopách, postprodukce).
- Rozbor jednotlivých žánrů (viz níže).

Důležitou součástí naší práce s dětmi je evaluace vlastní tvorby. Vždy se opíráme o ukázky a zkušenosti z vlastní praxe či praxe dalších školních televizí či rádií. Inspirujeme se také od profesionálů a profesionálek. Srovnáváme, hledáme, porovnáváme a rozebíráme vše, na čem bychom se mohli něco nového naučit.



4. ŽÁNRY

Zakládáte-li na vaší škole novou redakci, případně hledáte-li cesty, jak se s dětmi mediální tvorbě věnovat, rozhodně je dobré začít jedním z žánrů. Tedy vybrat si jedno zaměření. Váš záběr nemusí být široký, naopak je dobré, když se děti zdokonalují ať už v psaní, nebo natáčení. Školní rádio nebo televize je něco, co není zdaleka tak obvyklé a rozšířené jako školní časopisy. Ale jak už jsme zmínili v první kapitole, audiovizuální formy obsahu jsou v módě, děti baví je tvořit a mají také větší dosah mezi vašimi potenciálními sledujícími. Rozmanité formy obsahu přispívají k rozvoji mediální gramotnosti nejen členů a členek redakce. Je jen na vás, které nakonec zvolíte.

4.1 ŠKOLNÍ ČASOPIS, WEBOVÝ MAGAZÍN

Obecně stále více platí, že budoucnost časopisů a novin se přesouvá do elektronických médií. Pozorovat to můžeme ve velkých vydavatelstvích i ve školách. V případě tištěného časopisu je třeba kromě přípravy obsahu řešit také sazbu, tisk a distribuci. Online bývají časopisy často publikovány ve formě PDF, tedy jednotném grafickém provedení a ke stažení na webových stránkách. Mohou však vycházet také ve formě webového magazínu, případně blogu. Dostupné jsou různé redakční systémy, které vám tvorbu školního časopisu nebo webového magazínu usnadní.

ZPRÁVA (ČLÁNEK)

- zpráva tvoří základ i dalších žánrů;
- měla by odpovídat na **základní otázky**: Kdo?, Co?, Kdy?, Kde?, Jak?, Proč?;
- základem je **titulek**:
 - o otevírá článek a je velmi důležitý,
 - o díky němu se čtenář či čtenářka rozhodne, zda bude článek číst;
- **princip obrácené pyramidy**:
 - o informace jsou psané od té nejdůležitější části sdělení, po ty méně důležité,
 - o úvodnímu odstavci se říká **perex**: není třeba zmínit úplně vše, ale to hlavní,
 - o následně se zpráva rozvíjí,
 - o je dobré přidat citaci (přímá řeč), další skutečnosti,
 - o doplnění o tzv. **background** – souvislosti a podobně, oživí článek,
 - o nakonec shrnutí;
- používáme primárně **minulý čas** (*proběhlo, konalo se...*);
- snažíme se **vyhnout trpnému rodu** (*6.A navštívila muzeum × muzeum bylo navštíveno třídou 6.A*);

- je potřeba ctít **účel textu** a dbát na to, **v jaké osobě** je text psán:
 - o pro serióznější vyznění je lepší volit **3. osobu = er-forma** (*3. A se zúčastnila*),
 - o pro osobnější **1. osobu = ich-forma** (*naše třída se zúčastnila*);
- **informace nekomentujeme**, novináři a novinářky by měli zůstat nad věcí;
- členit do **odstavců**;
- snažíme se omezit použití **generického maskulina**, tj. užívání mužského rodu i pro osoby rodu ženského; je několik možných řešení:
 - o **slovesná adjektiva** – např. „učitel“ → „vyučující“, „studenti“ → „studující“ apod.,
 - o **hromadná substantiva** – místo „žáků“ můžeme uvést „žactvo“ apod.,
 - o **oba tvary** – „učitel“ -> „učitel a učitelka“, „účastníci“ → „účastníci a účastnice“ apod.
 - o **lomítko** (tzv. splitting) – „žáci“ → „žáci/žákyně“ ...

Příloha č. 3: [Na Den učitelů zpět do První republiky \(článek\)](#)

PRAKTICKÝ VSTUP: LYČKOPIS NA ZŠ LYČKOVO NÁMĚSTÍ

Články, zprávy, rozhovory a fotogalerie jsou publikovány přímo na webových stránkách školy. Vychází z tištěného časopisu, který školní redakce připravovala dříve. Kromě členů a členek Mediálního klubu často přispívají i aktivní vyučující či zástupci a zástupkyně jednotlivých tříd. Díky přímému provázání sekce školních médií s dalším obsahem webu školy jsou stránky pravidelně aktualizovány a doplňovány o zajímavý obsah.

4.2 ŠKOLNÍ RÁDIO

V současné době není zdaleka tolik rozšířené jako školní časopisy nebo školní televize. I přesto se na některých školách školní rádia provozují, a to v různých podobách. Buď skrze školní rozhlas vysíláním během přestávek, vysíláním na internetu v pravidelných vstupech nebo formou podcastových pořadů či reportáží. Je celá řada rozhlasových žánrů, které se liší technikou přípravy, náročností zpracování i výslednou stopáží.

ROZHLASOVÁ ANKETA

Žánr v krátké stopáži, obvykle v délce několika minut. Používáme ji ve chvíli, kdy si přejeme získat pestrou škálu odpovědí od většího množství respondentů či respondentek, například účastníků a účastnic dané akce. Samozřejmě je třeba brát ohled na to, že odpovídající osoby jsou mnohdy

vybírány náhodně, nejedná se tudíž o žádný sociologický průzkum s vypovídající hodnotou. Z hlediska zpracování je anketa vhodná pro redaktory a redaktorky, kteří s rozhlasem teprve začínají. Ptají se obvykle na jednu až dvě otázky. Někdy je vhodné sdělit otázky respondentům či respondentkám dopředu, někdy je lepší je zaskočit. Je dobré snažit se o vyváženost, rovnoměrné zastoupení dívek a chlapců, mladších i starších dětí.

Příloha č. 4: Náměstí plné čarodějnic (anketa)

ROZHLASOVÁ REPORTÁŽ

Žánr, který posluchačům a posluchačkám poskytuje o dané události autentické svědectví reportéra či reportérky. K výstižnějšímu vyjádření se využívá rozhovorů s dalšími účastníky či účastnicemi, průvodního slova reportéra či reportérky a také dokumentárního zachycení daného prostředí události.

Jedná se o žánr, který vyžaduje více redaktorských zkušeností, především s tvorbou scénáře, a určitou představivost. Reportáž je složena z několika částí (vždy záleží na konkrétní události):

- atmosféra dění (zachycení autentických okolních zvuků),
- rozhovory s aktéry či aktérkami (s osobami, které akci organizují či se účastní),
- průvodní slovo reportéra či reportérky přímo na akci (zachycení autentického komentáře),
- dotočené průvodní slovo reportéra či reportérky.

Při natáčení průvodního slova reportáže používejte co nejjednodušší věty a vyhněte se složitým souvětím, aby se text lépe četl. Dávejte si pozor na důraz (přízvuk), intonaci, tempo a rytmus řeči. Je lepší číst spíše pomaleji a především číst tzv. po smyslu, tedy dávat důraz na správná slova. V textu si tato slova pečlivě označte, zejména v případě přízvuku na předložce. Stejně tak místa nádechu a frázování.

Kromě rozhovorů a průvodního slova nezapomeňte také natáčet zajímavé ruchové zvuky. Rozhovory, okolní zvuky a prostředí utvářejí tzv. „zvukový obraz“. Například hudební produkci je často možné použít jako podkres.

Příloha č. 5: Rozhlasové ohlédnutí za Lyčkohraním (reportáž)

Pozor na nekvalitní zvuk! Pokud je moc nahlas, bude tzv. přepálený a v postprodukcí už s tím není možné nic udělat. Z toho důvodu je nutné vždy používat sluchátka. A zejména pro natáčení rozhovorů se snažit hledat klidnější místa, například rušná školní chodba nebo třída o přestávce obvykle není vhodná pro natáčení. Různé druhy mikrofonů také poskytují různou kvalitu zvuku.

Kvalitní mluvený projev jakožto komunikační dovednost je v dnešní době klíčový. V případě školních médií to platí dvojnásob. Přirozeně by tak měl být podporován rozvoj těchto komunikačních dovedností a trénink mluveného projevu zařazován mezi činnosti školní redakce. Cílem je podpořit žáky a žákyně v přirozeném projevu, který s lehkostí uplatní nejen v případě médií, ale i např. v rámci školní výuky a vlastních projektů.

PRAKTICKÝ VSTUP: ŠKOLNÍ RÁDIO NA ZŠ LYČKOVO NÁMĚSTÍ

Je provozováno formou rozhlasových pořadů, které vznikají nepravidelně vždy na základě událostí, které se ve škole dějí. V některých případech bývají školní akce pokryté jak v rozhlasové, tak televizní podobě. Členky a členové Mediálního klubu tak mají příležitost si uvědomit zásadní rozdíly televizních a rozhlasových žánrů. V rámci rádia zpravidla tvoří ankety, rozhovory formou podcastů, dále také reportáže či dokumenty ze školních akcí. Ty následně vycházejí na podcastových platformách a zároveň na webu školy.



4.3 ŠKOLNÍ TELEVIZE

Škol, které různými formami zpracovávají a publikují videobsah, v poslední době přibývá. Důvodů je více. Přibývá akcí, které je potřeba nějakým způsobem zaznamenat. Audiovizuální formáty, jak už jsme uvedli, jsou stále oblíbenější. Ale zejména se technika stává stále dostupnější. Vznikají školní televize a stále více žáků a žákyně jeví zájem se na vysílání podílet. Televizní vysílání provozují základní i střední školy a svou kvalitou či pravidelností vysílání se velmi liší. Nejčastěji je lze sledovat na internetu (umístění na vlastní webové stránky nebo na YouTube).

Pokud jde o technické vybavení, v zásadě se neobejdete bez tří základních věcí: kamery, stativu a mikrofonu. Další vybavení se pochopitelně hodí, možnosti jsou dnes velmi široké.

- **Kamera** nemusí být profesionální za stovky tisíc, velmi slušné záběry můžete získat i z kamer na domácí použití (Bešťák, 2018a). Případně se dnes stále častěji využívají k natáčení i mobilní telefony.
- **Stativ** budete potřebovat jen někdy. Ale občas ani pevná ruka nebo stabilizátor výsledný záběr nezachrání a vy budete litovat, že jste si s sebou stativ nevzali.
- **Mikrofon** postačí obyčejný, klidně drátový. Lepší na natáčení reportáží i rozhovorů je mikrofon do ruky, tzv. „handka“. Občas využijete i klopové mikrofony. Určitě nestačí pouze mikrofon zabudovaný v kameře, rozhovorům by nebylo rozumět.

A co budete natáčet? Možností je spousta. Na některých školách vytvářejí televizní relace s moderovanými vstupy, jinde publikují reportáže a záznamy postupně. Výhodou tohoto přístupu je větší časová flexibilita a menší časová náročnost (Bešťák, 2018a). Obsahem vysílání může být nejen zpravodajství, ale i publicistika a na některých školách dokonce i hraná tvorba nebo jiné žánry.

V současné době není zdaleka tolik rozšířené jako školní časopisy nebo školní televize. I přesto se na některých školách školní rádia provozují, a to v různých podobách. Buď skrze školní rozhlas vysíláním během přestávek, vysíláním na internetu v pravidelných vstupech nebo formou podcastových pořadů či reportáží. Je celá řada rozhlasových žánrů, které se liší technikou přípravy, náročností zpracování i výslednou stopáží.

TELEVIZNÍ REPORTÁŽ

Jde o krátký zpravodajský příspěvek z akce s **asynchronem** (komentářem neboli voiceoverem redaktora či redaktorky), doplněný **synchrony**: rozhovory s respondenty a respondentkami, stand-upy (výstupy redaktorů či redaktorek v obraze) a gerojši (ruchy). Stopáž bývá obvykle do dvou minut.

Natáčet takovou reportáž vyrazí obvykle dvoučlenný štáb, redaktor či redaktorka společně s kameramanem či kameramankou. V profesionálním televizním prostředí bývá součástí štábu ještě další osoba, která se stará převážně o zvuk.

Úkolem redaktora či redaktorky je připravit se na natáčení dopředu. Zjistit si informace dopředu, rozmyslet si strukturu reportáže a také naplánovat, s kým by bylo vhodné udělat rozhovor a připravit si otázky. V neposlední řadě je potřeba před natáčením nachystat potřebnou techniku.

Na místě je třeba natočit kromě rozhovorů (např. s účastníky, organizátory apod.) také alespoň jeden stand-up. Jde o jeden z reportážních prvků, který slouží k propojení tematických linií příspěvku, pomáhá přiblížit místo děje a vtáhnout diváka do situace. Zároveň přítomností redaktora či redaktorky v obraze dochází k personifikaci autorství příspěvku. Součástí stand-upu, je-li na konci reportáže, může být také „odhláška“, tedy jméno autora či autorky a také redakce.

S kamerou je potřeba kromě rozhovorů a stand-upů natočit také dostatek ilustračních záběrů přímo na místě. Je třeba přitom sledovat:

- **Velikost záběrů:** Jednotlivé záběry totiž plní různé funkce. „Největším“ typem záběru je celek, který pomáhá divákům a divačkám v základní orientaci. Reportáž takovým záběrem často začíná nebo naopak končí. Nejčastěji se využívá polocelek, ten často využijte při zaznamenávání samotného dění. Detail pak slouží ke zpestření reportáže, kdy je veškerá pozornost věnovaná natáčenému subjektu. Používá se často jako tzv. prostřih.



- **Pohyb kamery:** Nejčastější jsou statické záběry. Lze ale pracovat i se záběry pohyblivými, je ovšem potřeba postupovat střídě a s rozvahou. Pokud se kamera otáčí kolem vlastní osy, jedná se o tzv. švenky. Změna ohniskové vzdálenosti objektivu se nazývá zoom, výsledným záběrem je pak nájezd nebo odjezd. Kamera se může pohybovat také v prostoru, např. při chůzi. Z hlediska střihu by nicméně všechny pohyblivé záběry měly začínat a končit statickou částí.
- **Kompozici:** Je třeba dodržovat pravidla, která zajistí, že spolu záběry budou dobře fungovat. Kompozičních pravidel je celá řada a platí podobně také ve fotografii. Např. je dobré dodržovat pravidlo třetin, zvláště při natáčení rozhovorů.
- **Pozadí:** Rozhovory a stand-upy byste neměli natáčet před zdí nebo třeba nástěnkou. Když má respondent či respondentka nebo redaktor či redaktorka za sebou dostatek volného prostoru, výsledkem bude dobře vypadající záběr s mírně rozmazaným pozadím.

- **Světlo:** Začněte výběrem vhodného místa, rozhovory nikdy nenatáčejte proti světlu. Lépe působí přirozené světlo než umělé. Tmavé školní chodbě se raději vyhněte.
- **Zvuk:** Tvoří velkou část dojmu z výsledné reportáže. Pokud budete mít skvěle vypadající video se špatným zvukem, bude to poznat. Při natáčení rozhovorů či stand-upů je dobré mít odposlech do sluchátka. A radši si pak záznam zkontrolovat, ve střížně už může být pozdě.

Stříh reportáže bude následovat později. Redaktor či redaktorka by si měli prohlédnout natočený materiál a napsat scénář. Jeho skladba je podobná jako u zprávy (článku), opět by měl odpovídat na základní novinářské otázky – kdo, co, kde, kdy, jak a proč. Jednotlivé části reportáže by na sebe měly navazovat. Kromě samotného textu by měl scénář obsahovat různé technické informace a poznámky, které usnadní samotný stříh (např. kterou část rozhovoru použít). Pak je potřeba komentář neboli voiceover namluvit, platí podobné zásady, jako v případě průvodního slova rozhlasové reportáže.

Úkolem stříhače či stříhačky je následně poskládat reportáž dohromady. Střídejte jednotlivé velikosti záběrů, zároveň by obsah záběrů měl co nejvíce korespondovat s komentářem redaktora či redaktorky. Dodržujte také časovou souslednost. Oživit reportáž mohou samostatné ukázky zajímavých ruchů nebo situací (už zmíněný „gerojš“). Ilustrační záběry by neměly mít více než pár sekund.

Reportáž je hotová? Pak ji můžete vyslat do světa!

Podrobnější návod na tvorbu reportáže naleznete v příručce [Jak natočit reportáž \(Bešťák, 2018b\)](#). Se svolením jsme některé pasáže využili.

Příloha č. 6: Velikonoční jarmark pro Ukrajinu (reportáž)

Příloha č. 7: Poznej Karlín (reportáž)

TELEVIZNÍ ZÁZNAM, PŘÍMÝ PŘENOS

Na rozdíl od reportáže jde o akci natáčenou od začátku do konce, kdy synchronizovaný obraz se zvukem nabízí divákovi či divačce možnost v podstatě akci prožít virtuálně. Je možné natáčet jen na jednu kameru, případně na několik kamer zároveň.

Záznamy jsou stříhově jednodušší, neboť odpadá natáčení rozhovorů, stand-upů a podobně. Obvykle stačí jen v případě potřeby odstříhnout začátek a konec. Složitější je natáčení záznamů na více kamer, kde by minimálně jedna z nich měla zůstat statická (se stejným umístěním a velikostí záběru po celou dobu). Důvodem je to, aby ostatní kamery mohly měnit svou pozici a bylo tak možné záznam doplnit o prostříhy. Takový záznam je pochopitelně dynamičtější a divácky atraktivnější.

Příloha č. 8: Rozsvícení vánočního stromu (záznam)

Ještě větší pozornost je potřeba věnovat zvuku. Pokud natáčíte například koncert nebo divadelní představení, bývá sice nevhodnější použít ručový mikrofon, který je zabudovaný na každé kameře, ale pokud ji umístíte mezi diváky a divačky, je možné, že externí mikrofon bude vhodnější. Nelze ale použít mikrofon na natáčení rozhovorů, ten je určený k nahrávání zvuku pouze z bezprostřední blízkosti.

Podobnou, ale o něco náročnější disciplínou, jsou pak **přímé přenosy**. Ty vyžadují specializované technické vybavení, i když dnes už lze vysílat i z mobilního telefonu. S využitím stříhové karty nicméně můžete běžnou kameru připojit k počítači a využít streamovací programy, které budou některým vašim žákům a žákyním jistě dobře známé z herního prostředí. Další možností je pak využití režijního pultu a stříh z více kamer v reálném čase. Taková varianta je skutečnou výzvou a dokáže podpořit zejména týmovou spolupráci. Budete však potřebovat pokročilejší technické vybavení. Přenosy ze školních akcí ale můžeme jen doporučit, protože je diváci a divačky rádi sledují a odpadnou také starosti s následným stříhem záznamu.

Příloha č. 9: Vánoční koncert (přímý přenos)

PRAKTICKÝ VSTUP: REFLEGS TV NA ZŠ LYČKOVO NÁMĚSTÍ

Reflegs TV původně vznikla jako nadstavba ke školnímu časopisu, kdy samostatná redakce připravovala pravidelné televizní zpravodajství. V posledních letech natáčí členové a členky Mediálního klubu především samostatné reportážní příspěvky, rozhovory či záznamy. Přibyla také příležitostná realizace přímých přenosů, vše mohou diváci a divačky sledovat na YouTube a opět i na webu. Děti mají o televizní natáčení velký zájem, snažíme se zapojit všechny, nicméně vzhledem k náročnosti televizní produkce jsou televizní žánry spíše doprovodným formátem. Kromě reportážní formy se v posledních letech věnujeme jednou za čas také natáčení přímých přenosů, kdy jsme navázali úzkou spolupráci se školní televizí příbramského gymnázia GymTV a začali pracovat s pokročilejší

režijní technikou. V televizní, ale i rozhlasové oblasti se snažíme využívat aktuálních postupů a sledovat trendy a technické novinky, podle možností je pak využívat.



4.4 FOTODOKUMENTACE

Dnes ve zpravodajství nesmí chybět. Fotografie by měly sdělovat kompletní informaci o dění, lidech, atmosféře. Je proto třeba naučit se je fotit tak, aby co nejlépe vystihly daný okamžik. Obvykle fotografie bývá jednou z prvních aktivit, kterými se mohou začínající členové a členky ve školní redakci zabývat.

Ať už tvoříme televizní či rozhlasovou reportáž, článek na web nebo anketu, fotografie nesmí nikdy chybět. Zpravidla se používá jako náhledový obrázek, proto na fotky nesmíme zapomínat, jsou důležitou součástí školních médií. Na akcích školy je pochopitelně fotodokumentace nejčastěji jednou z mnoha rolí vyučujících. Není to ale pravidlem, je možné zapojit i děti.

Několik základních rad při fotografování:

- mějte fotoaparát vždy při sobě (postačí i telefon),
- pokud fotíte na zrcadlovku, zvolte vhodný objektiv a nastavení fotoaparátu,
- dobří fotografové a fotografky vědí, že fotkami je důležité vyprávět příběh,
- dbejte na kompozici (zlatý řez, pravidlo třetin).



5. ZPĚTNÁ VAZBA

Ještě jeden krok by měl následovat po zveřejnění článku, „odvysílání“ videa nebo publikování rozhlasové nahrávky, a to je zpětná vazba. O detailech si promluvte individuálně přímo s autory a autorkami. Naopak obecnější postřehy můžete probrat s celým týmem například na redakční poradě. Skupinovou zpětnou vazbu můžete spojit s rozbořem celého příspěvku. Pusťte si jej nejdříve jednotlivě a pak po částech, nechte děti, aby samy přicházely s připomínkami. Zaměřte se na to, co se dá vylepšit, ale stejnou měrou i na to, co se povedlo.

Jako vedoucí redakce byste měli plnit také editoriální úlohu. Editor či editorka v profesionálních médiích má na starosti poslední úpravu materiálů před publikováním, zodpovídá za jejich obsah a kontrolu. Zároveň redaktorům a redaktorkám už při tvorbě mediálního sdělení předává cenné rady a svoje postřehy. Je proto logické, že tuto úlohu by měl či měla plnit vedoucí školní redakce.

PRAKTICKÝ VSTUP: (JAK) HODNOTÍME V REDAKCI NA ZŠ LYČKOVO NÁMĚSTÍ?

Mediální klub funguje jako nepovinný předmět, při průběžném i pololetním hodnocení používáme metody formativního hodnocení. Každý z výstupů, tedy každý článek, scénář nebo jakýkoli jiný materiál před publikací upravujeme a zároveň s připomínkami posíláme redaktorům a redaktorkám individuální zpětnou vazbu, tedy poznámky a rady, jak materiál ještě vylepšit. Snažíme se být konstruktivní, aby si ze zpětné vazby mohli autoři a autorky odnést co nejvíce. Stejně tak při závěrečném slovním hodnocení na konci každého pololetí.

6. JAK JE MOŽNÉ SE ZAPOJIT, KDE NAČERPAT INSPIRACI

V této metodice jsme se snažili nabídnout celistvý pohled na školní média z více různých pohledů, neboť i v naší škole se redakce v průběhu let proměňuje a hledáme stále nové cesty, jak oslovit naše čtenáře a čtenářky, diváky a divačky, posluchače a posluchačky. A především – jak nabídnout dětem co nejpestřejší škálu činností, aby si samy mohly vybrat, co je baví.

Rádi se také zapojujeme do různých projektů a využíváme materiály pro mediální výchovu, které školám nabízejí zejména neziskové organizace. Závěrem tak přidáváme odkazy na některé z inspirativních projektů:

- **Školní časopis roku**

<http://askcr.cz/casopis/>

Každoroční soutěž, která je organizována na krajské a poté celostátní úrovni. Je určena pro všechny redakce, které vydávají školní časopis nebo noviny, ať už v tištěné, nebo online podobě. V rámci soutěže jsou organizovány také workshopy pro začínající redaktorky a redaktory.

- **Jak se dělá televize s ČT**

<http://jaksedelatelevize.cz/>

Výroční setkání školních televizí, které připravuje GymTV, školní televize Gymnázia Příbram, ve spolupráci s ČT. Jednotlivé redakce se společně setkávají a mají příležitost potkat se také s odborníky a odbornicemi z České televize a vyzkoušet si profesionální techniku.

- **Zprávičky ČT :D, Televize v televizi**

<https://decko.ceskatelevize.cz/skolni-televize>

Pravidelně po celý rok mohou všechny školní televize spolupracovat s pořadem Zprávičky na ČT :D. Reportáže jednotlivých televizních týmů tak dostávají prostor ve skutečném televizním vysílání. Zároveň štáb tohoto pořadu poskytuje redakcím pravidelnou zpětnou vazbu na jejich příspěvky. Jednou za čas se koná setkání školních štábů v sídle ČT na Kavčích horách.

- **JSNS**

<https://www.jsns.cz/>

Jde o jeden ze vzdělávacích programů organizace Člověk v tísni. Školy mohou zdarma využít databázi filmů, materiálů a dalších výukových aktivit. Jednou z rubrik je právě mediální vzdělávání, a to pro základní i střední školy.

– **Fakescape**

<https://www.fakescape.cz/>

Hra, která se zaměřuje na fake news a snaží se tak rozvíjet u dětí kritické myšlení a ověřování informací. Projekt připravují studenti a studentky vysokých škol a kromě workshopů na školách vytvořili také hru „Nekrm kachnu!“, rovněž zaměřenou na mediální gramotnost.

– **ČRo: Rádio Junior**

<https://junior.rozhlas.cz/>

Stanice Českého rozhlasu určená pro děti. Jedná se o jediné živě moderované rádio pro posluchače předškolního a školního věku v ČR. V posledních letech se také více zaměřuje na spolupráci přímo s dětmi.

ZDROJE

- BÁČA, Milan a BÁČOVÁ, Tereza. *Public relations škol. Poradce ředitele - Strategie řízení a rozvoje školy*. č. 32. Praha: Raabe, 2011. Dostupné z:
<https://clanky.rvp.cz/clanek/c/u/12613/PUBLIC-RELATIONS-SKOL.html>
- BEŠŤÁK, Václav. *Jak založit školní televizi* [online]. Praha: Česká televize, 2018a [cit. 2022-09-15]. Dostupné z: https://decko.ceskatelevize.cz/cms/porad-skolni-televize-data/docs/jak_zalozit_skolni_televizi.pdf
- BEŠŤÁK, Václav. *Jak natočit reportáž* [online]. Praha: Česká televize, 2018b [cit. 2022-09-15]. Dostupné z: https://decko.ceskatelevize.cz/cms/porad-skolni-televize-data/docs/jak_natocit_reportaz.pdf
- VALDROVÁ, Jana, KNOTKOVÁ-ČAPKOVÁ, Blanka, PACLÍKOVÁ, Pavla. *Kultura genderově vyváženého vyjadřování. Jak koncipovat promluvy a texty? Na co dbát v češtině a v cizím jazyce? Jak lépe zviditelnit odborný přínos žen? Praha: Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy, s.d. Dostupné z:
https://data.idnes.cz/soubory/studium/a100125_bar_gender_prirucka.pdf*
- Valdrová, Jana. *Vyváženější komunikace ve školství: Jak na to?* Praha: Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy, 2020. Nepublikovaný dokument.
- Tematická zpráva: *Mediální výchova na základních a středních školách ve školním roce 2017/2018* [online]. Praha: Česká školní inspekce, 2018 [cit. 2022-09-15]. Dostupné z: https://www.csicr.cz/CSICR/media/Prilohy/2018_p%5%99%c3%adlohy/Dokumenty/Mediální_vychova_TZ_.pdf
- Tematická zpráva: *Využívání digitálních technologií v mateřských, základních, středních a vyšších odborných školách* [online]. Praha: Česká školní inspekce, 2017 [cit. 2022-09-15]. Dostupné z:
https://www.csicr.cz/Csicr/media/Prilohy/PDF_el._publikace/Tematick%c3%a9%20zpr%c3%a1vy/F_TZ-Vyuzivani-digitalnich-technologiei-v-MS,-ZS,-SS-a-VOS_kor.pdf

PŘÍLOHY

1. **Náborový leták** (2017)
 - [dostupné zde](#)
2. **Jak na reportáž se školy v přírodě** (pracovní list)
 - [dostupné zde](#)
3. **Ukázka článku:** *Na Den učitelů zpět do První republiky*
 - [dostupné zde](#)
4. **Ukázka rozhlasové ankety:** *Čarodějnice opět zaplnily náměstí*
 - [dostupné zde](#)
5. **Ukázka rozhlasové reportáže:** *Rozhlasové ohlédnutí za Lyčkohraním*
 - [dostupné zde](#)
6. **Ukázka televizní reportáže:** *Velikonoční jarmark pro Ukrajinu*
 - [dostupné zde](#)
7. **Ukázka televizní reportáže:** *Poznej Karlín*
 - [dostupné zde](#)
8. **Ukázka televizního záznamu:** *Rozsvícení vánočního stromu na Lyčkově náměstí*
 - [dostupné zde](#)
9. **Ukázka televizního přímého přenosu:** *Vánoční koncert*
 - [dostupné zde](#)

Zpracovali:

Matouš Ettler, Michaela Smolařová

Spolupráce:

Markéta Štěpánová, Lucie Viktorinová

Grafická úprava:

Matouš Ettler

© 2022

Základní škola a mateřská škola, Praha 8, Lyčkovo náměstí 6 | www.smysluplnaskola.cz
Gender Studies o. p. s. | www.genderstudies.cz

Metodika vznikla v rámci projektu „Demokratická kultura na ZŠ Lyčkovo náměstí“, registrační číslo CZ.07.4.68/0.0/0.0/19_068/0001403, financovaného z Operačního programu Praha – pól růstu, Evropských strukturálních a investičních fondů prostřednictvím Magistrátu hl. m. Prahy

